



Universidad de Cuenca
Facultad de Filosofía Letras y Ciencias de la Educación
Escuela de Comunicación Social



UNIVERSIDAD DE CUENCA
FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA
EDUCACIÓN
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

**Trabajo de Investigación previo
a la obtención del Título de Licenciado
en Comunicación Social**

TEMA:

"Análisis de las nuevas tecnologías como instrumento de comunicación en la era digital aplicado a los blogs de la ciudad de Cuenca - Ecuador"

AUTOR:

Rafael Marco Arpi Vele

TUTOR:

Mst. Geovanny Narváez

Cuenca-Ecuador

2013



RESUMEN

El avance de Internet en la actualidad ha hecho que los medios de comunicación tradicionales y periodistas se actualicen en la utilización de estas nuevas herramientas tecnológicas para informar a la sociedad de una nueva manera.

Las Tecnologías de la Información y Comunicación ayudan al periodista y comunicador a ejercer de otra manera su profesión. El uso correcto de estas herramientas tecnológicas puede lograr excelentes resultados en la vida profesional, por lo que cada periodista debe tener la iniciativa de formarse o autoformarse en el manejo de las nuevas tecnologías. Dar una correcta utilización a estas herramientas aportará en la construcción de una sociedad mejor.

Esta investigación se centra en analizar cómo las nuevas tecnologías de la información y comunicación, en especial en blogs, son un nuevo medio para informar; y cómo algunos periodistas y comunicadores de la ciudad de Cuenca utilizan los blogs en el campo de la comunicación digital.

PALABRAS CLAVES

BLOGS, INTERNET, WEB 2.0, PERIODISMO DIGITAL, CIBERPERIODISMO, REDACCIÓN CIBERPERIODÍSTICA, PERIODISTAS BLOGUEROS.



ABSTRACT

The advance of Internet today has made the traditional media and journalists are updated in utilizing these new technological tools to inform the public in a new way.

The Information Technology and Communication help the journalist and communicator to otherwise exercise their profession. Proper use of these technological tools can achieve excellent results in professional life, so that every journalist should have the initiative to form or autoformarse in handling new technologies. Give the correct use of these tools provide in building a better society.

This research focuses on analyzing how new information technologies and communication, especially in blogs are a new medium to inform, and how some journalists and communicators from Cuenca use blogs in the field of digital communication.

KEYWORDS

BLOGS, INTERNET, WEB 2.0, DIGITAL JOURNALISM, ONLINE JOURNALIS, NEWSWRITING, JOURNALIS BLOGGERS.



Contenido

INTRODUCCIÓN	10
CAPITULO 1: LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS COMO INSTRUMENTO DE COMUNICACIÓN.....	11
1.1 LAS TICS Y LA WEB 2.0	11
1.1.1 LAS TICS.....	11
1.1.2 LA WEB 2.0.....	13
1.2 EI PERIODISMO DIGITAL.....	16
1.3 CARACTERÍSTICAS DE LA REDACCIÓN CIBERPERIODÍSTICA	17
1.3.1 HIPERTEXTUALIDAD.....	19
1.3.2 MULTIMEDIALIDAD	20
1.3.3 INTERACTIVIDAD	21
1.4 EL PERIODISTA BLOGUERO	22
CAPÍTULO 2: ANÁLISIS DE BLOGS DE PERIODISTAS DE MEDIOS DE COMUNICACION DE LA CIUDAD DE CUENCA	27
2.1 ENCUESTA SOBRE LOS CONOCIMIENTOS QUE TIENEN LOS PERIODISTAS DE LAS HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS ENFOCADO A LOS BLOGS.	27
2.1.1 RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS.....	34



Universidad de Cuenca

Facultad de Filosofía Letras y Ciencias de la Educación

Escuela de Comunicación Social

2.2 ANÁLISIS DE 5 BLOGS DE PERIODISTAS DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN
DE LA CIUDAD DE CUENCA..... 35

2.2.1 RESULTADOS DEL ANÁLISIS DE LOS BLOGS..... 51

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES 53

ANEXOS:..... 56

Bibliografía 59



Universidad de Cuenca
Facultad de Filosofía Letras y Ciencias de la Educación
Escuela de Comunicación Social



UNIVERSIDAD DE CUENCA
Fundada en 1867

Yo, Rafael Marco Arpi Vele, autor de la Tesina, “ANÁLISIS DE LA NUEVAS TECNOLOGÍAS COMO INSTRUMENTO DE COMUNICACIÓN EN LA ERA DIGITAL APLICADO A LOS BLOGS DE LA CIUDAD DE CUENCA - ECUADOR”, certifico que todas las ideas, opiniones y contenidos expuestos en la presente investigación son de exclusiva responsabilidad de su autor.

Cuenca, 16 de julio de 2013

Rafael Marco Arpi Vele

0103761326



UNIVERSIDAD DE CUENCA
FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS
Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
SECRETARÍA

Cuenca Patrimonio Cultural de la Humanidad. Resolución de la UNESCO del 1 de diciembre de 1999

Av. 12 de Abril, Ciudadela Universitaria, Teléfono: 405 1000, Ext.: 1311, 1312, 1316

e-mail cdjbv@ucuenca.edu.ec casilla No. 1103

Cuenca - Ecuador



Universidad de Cuenca
Facultad de Filosofía Letras y Ciencias de la Educación
Escuela de Comunicación Social



UNIVERSIDAD DE CUENCA
Fundada en 1867

Yo, Rafael Marco Arpi Vele, autor de la Tesina, “ANÁLISIS DE LA NUEVAS TECNOLOGÍAS COMO INSTRUMENTO DE COMUNICACIÓN EN LA ERA DIGITAL APLICADO A LOS BLOGS DE LA CIUDAD DE CUENCA - ECUADOR”, reconozco y acepto el derecho de la Universidad de Cuenca, en base al Art. 5 literal c) de su Reglamento de Propiedad Intelectual, de publicar este trabajo por cualquier medio conocido o por conocer, al ser este requisito para la obtención de mi título de **Licenciado en Comunicación Social**. El uso que la Universidad de Cuenca hiciere de este trabajo, no implicará afección alguna de mis derechos morales o patrimoniales como autor.

Cuenca, 16 de julio de 2013

Rafael Marco Arpi Vele

0103761326



UNIVERSIDAD DE CUENCA
FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS
Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
SECRETARÍA

Cuenca Patrimonio Cultural de la Humanidad. Resolución de la UNESCO del 1 de diciembre de 1999

Av. 12 de Abril, Ciudadela Universitaria, Teléfono: 405 1000, Ext.: 1311, 1312, 1316
e-mail cdjbv@ucuenca.edu.ec casilla No. 1103
Cuenca - Ecuador



Universidad de Cuenca
Facultad de Filosofía Letras y Ciencias de la Educación
Escuela de Comunicación Social
AGRADECIMIENTOS

En primer lugar agradezco a Jehová Dios, por la salud y la vida, por la fortaleza que brinda en momentos difíciles, por haber permitido la culminación de una etapa más de mi vida. A mi familia por el apoyo y paciencia brindado en aquellos días que lo necesitaba, en especial a mis padres por sus sabios consejos que inculcaron desde mi infancia.

Agradezco a mis profesores, por los conocimientos que compartieron en las aulas de clase, cada uno de ellos con su forma y estilo de enseñar. A mi tutor por la guía brindada durante la investigación. Agradezco a todos que de una u otra manera estuvieron presentes para ayudarme.



Universidad de Cuenca
Facultad de Filosofía Letras y Ciencias de la Educación
Escuela de Comunicación Social

DEDICATORIA

Este trabajo lo dedico a Dios y a mis padres, ejemplos de responsabilidad y sacrificio, quienes a pesar de las circunstancias siempre están presentes para brindar su apoyo. A mi hermana, una persona luchadora, colaboradora, presta a brindar apoyo. Por último a mis allegados y colaboradores, quienes de buena manera estuvieron presentes durante el desarrollo de este trabajo de investigación.



INTRODUCCIÓN

El avance de Internet en la actualidad ha hecho que los medios de comunicación tradicionales y periodistas se actualicen en la utilización de estas nuevas herramientas tecnológicas para informar a la sociedad de una nueva manera.

Las Tecnologías de la Información y Comunicación ayudan al periodista y comunicador a ejercer de otra manera su profesión. El uso correcto de estas herramientas tecnológicas puede lograr excelentes resultados en la vida profesional, por lo que cada periodista debe tener la iniciativa de formarse o autoformarse en el manejo de las nuevas tecnologías. Dar una correcta utilización a estas herramientas aportará en la construcción de una sociedad mejor.

Por tal motivo periodistas y comunicadores sociales deben estar conscientes que estos instrumentos de comunicación a más de informar permiten interactuar con usuarios de distintos lugares en el mundo. Las redes sociales son más comunes hoy en día en el campo de la comunicación instantánea. Los blogs son sitios que permiten publicar contenidos enriquecidos con enlaces –texto, audio y video-, se los utiliza para informar a la sociedad de manera interactiva y multimedia.

Esta investigación se centra en analizar cómo las nuevas tecnologías de la información y comunicación, en especial en blogs, son un nuevo medio para informar; y cómo algunos periodistas y comunicadores de la ciudad de Cuenca utilizan los blogs en el campo de la comunicación digital.



CAPITULO 1: LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS COMO INSTRUMENTO DE COMUNICACIÓN

1.1 LAS TICS Y LA WEB 2.0

Con el desarrollo de las tecnologías los medios de comunicación han tenido que adaptarse a este cambio, para esto han adoptado nuevos modelos informativos. El internet ha creado un nuevo escenario en cuanto a las comunicaciones, dando el soporte a estas nuevas tecnologías. Para este estudio comenzaremos con nociones básicas de lo que son las Tics y la Web 2.0.

1.1.1 LAS TICS

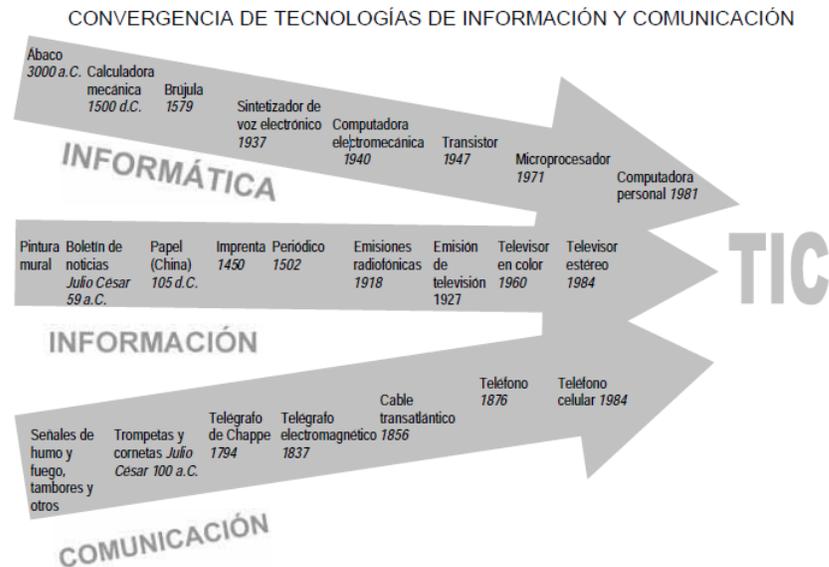
Las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) están ampliando las posibilidades de comunicación y han dado mayor amplitud a las posibilidades comunicativas. La gran interactividad que proporcionan las TIC es uno de los pilares fundamentales de los cambios sociales que vivimos en la actualidad

Para empezar las TIC se definen como "sistemas tecnológicos mediante los que se recibe, manipula y procesa información, y que facilitan la comunicación entre dos o más interlocutores" (Katz y Hilbert 12).

La utilización de TICS conlleva además el proceso de digitalización donde todos los flujos de información, sean estos en forma de textos, videos, sonidos, imágenes u otros medios se codifican en códigos binarios. Las TIC digitales utilizan un lenguaje binario para recibir y manipular la información, y también para conectarse entre ellas.



Las TIC funcionan en conexión con otras mediante redes y permiten una comunicación interactiva. El actual proceso de “convergencia de TIC”¹ tiende a unirse de tres caminos tecnológicos separados en un único sistema que, de forma simplificada, se denomina TIC (Katz y Hilbert 12).



Fuente: Martin Hilbert, "Toward a theory on the information society"; "Infrastructure"; "Strategies"; "Telecommunications regulation: technical standards"; "Financing a universal Information Society for all"; "e-Business: digital economics"; "e-Media", Building an Information Society: A Latin American and the Caribbean Perspective (LC/L.1845), Martin Hilbert y Jorge Katz (comps.), Santiago de Chile, Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), 2003.

Nota: Las fechas y la selección de inventos que aparecen en este gráfico tienen carácter ilustrativo.

Este conjunto de herramientas tecnológicas constituyen nuevos soportes y canales para almacenar registrar y difundir los contenidos. Vivimos en una sociedad donde estar comunicado es imprescindible, el periodista y comunicador social debe estar consciente del gran avance que tiene Internet. La web abre las puertas a un amplio recurso de fuentes para búsqueda de información ya sea en bibliotecas virtuales, prensa electrónica, blogs, redes

¹ Este término se refiere a, la fusión de las tecnologías de información y divulgación, las tecnologías de la comunicación y las soluciones informáticas.



sociales, incluso nos brinda la oportunidad de desarrollarnos como actores comunitarios.

Katz y Hilbert comentan que para que exista una actividad digital debe existir como primer requisito una infraestructura física: redes computacionales, televisión digital, teléfonos inteligentes, redes inalámbricas, etc. Como segundo requisito las aplicaciones de servicios genéricos que hacen posible el uso de esta infraestructura física para generar un valor agregado, esto hace referencia a todas las aplicaciones de software, servicios de almacenamiento remoto en la web, navegadores, programas multimedia, etc.

Con la llegada de las TICS los distintos sectores de la sociedad no están exentos de inconvenientes. Por una parte, se han creado muchas oportunidades para los países en desarrollo y por otra es el un gran potencial para el desarrollo de las sociedades, puesto que estas tecnologías son aplicables no solo en el campo económico sino también en el ámbito de la salud, la política, la administración pública, la educación, el periodismo, actividades culturales, sociales y hasta religiosas (Katz y Hilbert 16).

1.1.2 LA WEB 2.0

Este término hace referencia a "sitios web que obtienen al menos parte de su valor a través de las acciones de los usuarios" (Briggs 32). Un sitio Web 2.0 permite interactuar y colaborar a diferencia de los sitios donde se publican contenidos donde el usuario solo se limita a observar.

El concepto de Web 2.0 debe su origen a una gran tormenta de ideas entre los equipos de O'Reilly Media y MediaLive Internacional a mediados de 2004, O'Reilly publicó en septiembre de 2005 un artículo² que dio un sustento teórico.

²Este artículo llamado: **What Is Web 2.0. Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software** está disponible en: <http://oreilly.com/web2/archive/what-is-web-20.html>



La puesta en marcha de Napster en 1999, el lanzamiento de las primeras aplicaciones para la publicación de blogs, y la creación de Wikipedia a comienzos de 2001, fueron paradigmas de esta transformación y pusieron las bases de la escritura colaborativa en la Web 2.0.

La Web 2.0 ofrece nuevas oportunidades para la generación y distribución del conocimiento. Según O'Reilly, los principios constitutivos de ésta son siete:

- La *World Wide Web* como plataforma de trabajo.
- El fortalecimiento de la inteligencia colectiva.
- La gestión de las bases de datos como competencia básica.
- El fin del ciclo de las actualizaciones de versiones del software.
- Los modelos de programación ligera junto a la búsqueda de la simplicidad.
- El software no limitado a un solo dispositivo.
- Las experiencias enriquecedoras de los usuarios.

En la Web 2.0 el contenido digital pasa a ser de una simple vidriera de contenidos multimedia a una plataforma abierta: "construida sobre una arquitectura basada en la participación de los usuarios" (Cobo Romaní y Pardo Kuklinski 15).

En cuanto a las aplicaciones Web 2.0 estos son sólo un pequeño subconjunto del gran mundo virtual donde Internet es la madre de todas estas aplicaciones y redes sociales en línea.

La generación de usuarios cada vez son más jóvenes y los lectores potenciales están cada vez usando más la Web 2.0 para informarse de formas distintas. Pero, para informarles se necesita saber y entender cómo se lo va hacer.

Los editores Web cada se dedican a crear más plataformas en línea en vez de contenidos, ya que los usuarios son los que crean los contenidos. Los sitios Web ya no son solo canales de comunicación de una sola vía, de uno a



muchos, sino que son fuentes de contenido y funcionalidad, plataformas de computación que ofrecen aplicaciones a los usuarios finales (Briggs 33).

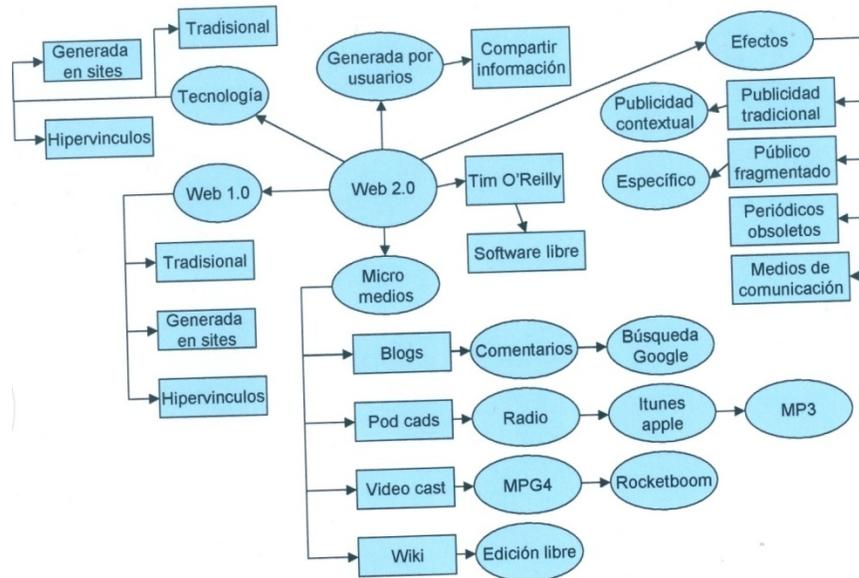
En el modelo Web 1.0 un editor, tanto de sitios noticiosos como de un sitio personal, solo podía cargar contenido para que muchos usuarios solamente lo leyeran y la comunicación terminaba allí. Para el modelo Web 2.0 los usuarios lectores no solo pueden comentar y agregar contenido a lo publicado por el editor sino que pueden además agregar contenido original, temas propios creados por ellos mismos.

Tal es el caso de sitios como o Youtube, Facebook, Twitter, Blogger o WordPress por ejemplo donde se crearon bodegas para contenido, dejando así los aportes, la interacción y la creatividad a los usuarios.

La Web 2.0 tiende a funcionar en línea, a diferencia del software tradicional que tenemos que instalarlo en el disco duro de los ordenadores personales. Estas aplicaciones en línea solo en remotos casos exige una pequeña instalación, como es el Google Earth, por tal motivo se ha convertido en una plataforma de trabajo.

EL desarrollo de la Web 2.0 no sólo es tecnológico sino que es también de orden social. En otras palabras la Web 2.0 no inventa la colaboración entre las personas, pero sí ofrece un enorme abanico de posibilidades para facilitar el intercambio y cooperación entre individuos (Cobo Romaní y Pardo Kuklinski 56).

Las clásicas herramientas para producir sitios web se tornan complejas a la hora de ofrecer la posibilidad de crear un sitio web, que a diferencia de la Web 2.0 ofrecen interfaces con la capacidad de acceder en todo lugar y con una sencillez de navegación.



1.2 EL PERIODISMO DIGITAL

Gabriel García Márquez, el Nobel de Literatura dijo que "somos simplemente contadores de historias", estas palabras que no se refirieron a la revolución de Internet, sin embargo en nuestro tiempo son aplicables. El internet ha estremecido los cimientos económicos de medios tradicionales y ha abierto a la sociedad y a los periodistas nuevas formas de contar historias (Briggs 3).

La habilidad de crear textos impresos no es suficiente para los entornos digitales porque audios, videos, textos, fotos, infografías pueden contar una historia, dándole la posibilidad al usuario de hacerlo no en forma lineal, esto quiere decir que el usuario escoge el orden desde dónde y cómo quiere comenzar y terminar en el ciberespacio.

El periodismo digital permite hacer periodismo a través del ciberespacio, los usuarios pueden producir y difundir diferentes tipos de contenidos y además pueden ampliar la investigación a través de enlaces hacia otras páginas web.



1.3 CARACTERÍSTICAS DE LA REDACCIÓN CIBERPERIODÍSTICA

Escribir para la web significa regresar a las bases del oficio "una buena redacción y buena edición" y es que al ser la web un medio al que se puede acceder con facilidad no se puede dejar de lado el respeto al usuario quién muchas veces sacrifica tiempo para leer los contenidos (Franco 18).

Vivimos una época en la que estamos inundados de información por lo que economizar el tiempo ha hecho que muchos usuarios, lectores se limiten a ojear rápidamente las páginas en línea en lugar de leer todas las palabras como se lo hace en los medios impresos.

La adaptación de los textos a este nuevo estilo es muy necesario, pero no se debe descuidar que lo primordial son los contenidos. Periodistas y Comunicadores deben tener presente que la redacción y publicación en línea deberá tener recursos como el hipertexto para enriquecer la información.

Los medios de comunicación tradicionales que han migrado a la red para exponer sus contenidos, como es el caso de Diario El Mercurio o Radio Ondas Azuayas, no han tenido problemas con la confianza de los usuarios debido a que son reconocidos por su integridad. En cuanto a otros sitios creados por usuarios o grupos necesitan luchar por la credibilidad y es aquí que muchos periodistas optan por detallar su perfil y el medio en el que laboran para lograr que los lectores confíen en los contenidos. En los blogs de periodistas podemos observar cómo se detalla tanto la parte académica como de experiencia.

Una ayuda al redactar es usar la "pirámide invertida en la redacción" (Franco 50), esto significa comenzar el texto con la información más importante y luego ir decreciendo a lo menos importante.

Melvin Mencher autor del texto clásico de periodismo "News Reporting and Writing" identifica los siguientes elementos en la pirámide invertida:



- La entrada o lead.
- El material que explica y amplía el lead.
- Párrafos de contexto.
- Material secundario o menos importante.

Según Guillermo Franco, existen tres niveles de utilización de la estructura de la pirámide invertida:

- Nivel básico de utilización: Texto lineal colocado en una misma página Web.
- Segundo nivel de utilización: Texto lineal dividido temáticamente en la misma página Web.
- Tercer nivel de utilización: texto lineal dividido en subtemas que aparecen en diferentes páginas Web.

El hipertexto no debería ser usado para segmentar historias lineales largas en múltiples páginas, para no retardar la lectura y no hacer que la impresión sea más difícil.

En cuanto a la longitud de los textos Crawford Kilian, autor del libro 'Writing for the Web', habla de romper la información en segmentos que no tengan más de 100 palabras. Nielsen afirma que la gente prefiere leer artículos cortos, pero sugiere la mezcla de textos cortos y textos largos para usuarios con expectativas diferentes, o el mismo usuario con una expectativa mixta (encontrar contenido corto y largo). Asimismo, insiste en el hipertexto para ofrecer información en profundidad.



1.3.1 HIPERTEXTUALIDAD

La hipertextualidad es una característica que más ha influido hasta el momento en la redacción ciberperiodística de la actualidad. Los hipervínculos han alcanzado una profundidad prácticamente sin límites. "El hipertexto es un modo de leer y escribir siguiendo un procedimiento más próximo al proceso de razonamiento humano: por asociación de ideas" (Díaz Noci y Salaverría Aliaga 74).

Con el hipertexto existe una primera narración en la que el usuario puede profundizar, estos a menudo se presentan con un tipo de letra distinto, con otro color o subrayado que permiten iniciar una lectura no secuencial y diferente para cada usuario.

Los enlaces pueden referirse a la misma noticia y presentar todo tipo de soportes para profundizar, por ejemplo, las imágenes, fotografías de un hecho noticioso, un documento sonoro con las declaraciones de los protagonistas de la noticia, una infografía, etc. A esta información también se la puede agregar contenidos documentales o establecer vínculos entre esta información con sus fuentes permitiendo a los usuarios acudir a las propias fuentes para ampliar su conocimiento (Díaz Noci y Salaverría Aliaga 75).

Para Salaverría Ramón el hipertexto es "un documento que se construye enlazando distintas piezas textuales o audiovisuales, interconectadas entre sí". El hipertexto es una herramienta insuperable por la posibilidad de ir de una página a otra, permite que cada usuario componga el panorama en el cual se pueda ubicar la información que le ha interesado, pero el hipertexto va más allá, es una forma de escritura donde cada bloque de textos pueden ser acomodado de diversas maneras, de tal forma que adquieren distintos sentidos de acuerdo al orden que se da.



En el campo periodístico se puede utilizar de diversas maneras esta herramienta para enriquecer una investigación periodística, pero no podemos hacer uso exagerado de este recurso con vínculos inútiles que no amplían el contexto de una información.

1.3.2 MULTIMEDIALIDAD

Cuando la tecnología digital permite traducir a un código binario, cualquier información, este lenguaje de ceros y unos se le conoce como digitalización, pues permite capturar y reproducir con plena fidelidad al original cualquier tipo de texto, imagen o sonido, y cuando todos esos soportes se reúnen en uno solo se llama multimedia (Díaz Noci y Salaverría Aliaga 120).

Según Salaverría la multimedia es la integración sincrónica y unitaria de contenidos expresados en diversos códigos, principalmente mediante textos, sonidos e imágenes.

Al hablar de multimedia nos referimos a algo más que un medio tradicional, pues integra medios conocidos como la prensa, la radio y la televisión. La información del ciberperiodismo combina todas estas características, el texto, el audio, imágenes, videos, infografías. Por tanto, si el periodista o comunicador desea mostrar una información en diferentes soportes, el mensaje periodístico por internet, tiene la posibilidad de integrar todos ellos para presentar un relato que sea accesible, interesante y completo.



Elementos empleados:	Combinación de elementos:
1. Texto 2. Sonido 3. Imagen a. Fija b. En movimiento 4. Infografía 5. Programas autoejecutables (<i>applets</i> Java, Flash...)	Yuxtaposición Integración

1.3.3 INTERACTIVIDAD

La interactividad es como uno de los elementos que de manera más sobresaliente configuran lo que hemos identificado como comunicación digital. "La interactividad puede entenderse, entonces, como un proceso de comunicación, de intercambio, de diálogo" (Díaz Noci y Salaverría Aliaga 282).

La creación de estos procesos de interactividad que se dan fundamentalmente en páginas web se articula a través de las herramientas que permiten dicha interactividad. Estas herramientas son instrumentos a través de los cuales los nuevos medios (cualquier sitio de internet) construyen o hacen posible aquel proceso de comunicación o intercambio (feedback).

Para Díaz Noci y Salaverría son muchas las herramientas que se pueden utilizar para el desarrollo de la interactividad, entre ellos:

- Correo electrónico



- Listas de distribución
- Grupos de noticias
- Foros
- Chat
- Hipertexto
- Encuestas

Steve Outing, uno de los pioneros del periodismo digital de Estados Unidos, planteaba que se debe "dejar que la audiencia haga algo y sea parte de la noticia". Muy atrás quedaron los modelos tradicionales de comunicación, la interactividad da la posibilidad de que el usuario interactúe con la información que se le presenta en los medios digitales, haciendo que su experiencia en muchos casos sea única (Camus 25).

Debemos tener en cuenta que para que exista un proceso interactivo es necesario la existencia de un emisor y un receptor, pues la característica fundamental de la interacción es permitir que al emitir un estímulo se desarrolle una respuesta.

La red de Internet es comparable a un organismo social con varios nodos y con un alcance a nivel mundial. La relación entre usuario y red se puede comprender como una relación interactiva. La red emite un estímulo a través de las páginas web y solicita al usuario que observa a que tenga una participación activa.

1.4 EL PERIODISTA BLOGUERO

El periodista puede encontrarse con un estilo en un texto digital, pero eso no lo excluye de las responsabilidades como periodista. Si bien el estilo permite narrar un hecho de una forma distinta a otro periodista, no se debe exagerar ni



hacer uso de adjetivos que hieran la sensibilidad de la audiencia o lectores; lo que piense el autor de un contenido tal vez no lo comparta un usuario. Aquí un artículo importante con el tema: “Nunca, bajo ninguna circunstancia, emitas tu opinión en las redes” (clasesdeperiodismo.com).

Este artículo nos habla que medios de comunicación están tomando normativas y regulando el comportamiento de sus periodistas ante el temor de que las nuevas formas de comunicación en internet comprometan la credibilidad de la institución. Un periodista es las 24 horas, por ende que debe cuidar su imagen porque se representa a sí mismo y a la institución.

El diccionario de Lengua Española define a los blogs como "sitios web que incluye, a modo de diario personal de su autor o autores, contenidos de su interés, actualizados con frecuencia y a menudo comentados por los lectores".³

Los weblogs o conocidos también como bitácoras comenzaron a desarrollarse en los años noventa en Estados Unidos, y en forma extendida desde el año 2000 en España. A continuación cinco rasgos para definir a los blogs o bitácoras (Díaz Noci y Salaverría Aliaga 296).

- Es un espacio de comunicación personal. La creación, composición y tratamiento de las bitácoras es prerrogativa de los propios usuarios.
- Sus contenidos abarcan cualquier tipología. Los temas son heterogéneos como los individuos que la elaboran.
- Los contenidos presentan una marcada estructura cronológica. Esto se refiere a que sus contenidos se segmentan por días de tal forma que los lectores pueden hacer un seguimiento temporal de lo que va redactando el desarrollador de la bitácora.
- El sujeto que las elabora suele adjuntar enlaces a sitios web que tienen relación con los contenidos que se desarrollan.

³ Esta definición fue tomada de su sitio web: <http://lema.rae.es/drae/?val=BLOGS>



- La interactividad aporta un alto valor añadido como elemento dinamizador en el proceso de comunicación. Se refiere a un proceso de comunicación abierto donde los lectores pueden hacer aportaciones al desarrollo de la temática.

En los blogs se produce, por un lado, una comunicación basada en artículos elaborados y, por otro lado, se desarrolla un tipo de interacciones a través de toda una serie de mecanismos y prácticas como los hiperenlaces ,los comentarios que construyen un tipo de sociabilidad. "Un blog es un modelo simplificado de página web caracterizada por su sencillez de actualización" (Estalella 12).

En cuanto a la blogosfera, Adolfo Estalella dice que es como un espacio abierto en el que cualquiera puede participar, pero no todos tienen la misma visibilidad. Una percepción muy acertada pues enfocar un tema en un blog no siempre va ser bien visto por todos los usuarios.

Este mecanismo permite que los criterios individuales de la blogosfera sobresalgan y se destaquen en el espacio de la Internet, en ocasiones creado a partir de algún tema de interés colectivo que unen a los blogs, motivando al intercambio de experiencias más vivas y dinámicas que contribuirá a resolver cuestionamientos y quitar dudas y temores que alguna vez se ha planteado al compartir temas con otros.

La dinámica que se genera entre los blogs a través de los hiperenlaces y las conversaciones, los elementos compartidos como los iconos, el desarrollo de prácticas colectivas apunta a lo común entre los blogs, y a la existencia de algo construido entre ellos. La blogosfera no es simplemente el conjunto de blogs y sus contenidos, sino justamente todo eso que está entre ellos: las



conexiones, esas sutiles interacciones que son su esqueleto (Estalella 27).

El autor de un blog no escribe simplemente para sí, sino que interactúa con otros blogs, se alimenta de otros enlaces y piensa en el usuario y en lo que desea informar. Según Mark Briggs para bloguear debemos recordar que los blogs tienen usualmente varias características en común:

- Es un diario en línea frecuentemente actualizado, escrito en un estilo conversacional, con entradas mostradas en orden cronológico inverso (lo más reciente aparece primero en la pantalla).
- Los enlaces a otras noticias e información encontrados en la Web, son complementados con el análisis del bloguero (o blogueros).
- Un enlace a 'comentarios' que permite a los lectores publicar sus propios pensamientos.

En los años 90 todo el mundo comenzó a crear sus propios sitios web y es donde los blogs causaron una revolución por la oportunidad que brindaban de crear contenidos propios. En aquellos años se decía que cualquiera podía ser un editor de contenidos, pero a la final resultaba que se tenía que conocer nociones de computación para crear contenidos y es donde los editores "fueron mayormente programadores de computación, artistas gráficos y diseñadores que estaban más interesados en presionar los límites cosméticos (Briggs 64).

Una práctica que ponía de lado el que cualquiera pueda crear contenidos. Los blogs cambiaron esta concepción ya que en estos sitios se pueden crear contenidos de forma sencilla y con la oportunidad de ampliar la información mediante enlaces.



Para publicar contenidos a través de estos medios lo primero que se debe hacer es observar otros blogs y fijarnos cómo están elaborados. Por lo general es recomendable visitar los blogs más populares y luego visitar los blogs de medios de comunicación hasta encontrar un blog que tenga un tema que llame la atención. Fijarnos en las entradas y en lo que las hace atractivas, nos ayudará a comprender mejor lo que son los blogs.

Los periodistas y comunicadores son los responsables en demostrar que ejercer periodismo por estos medios digitales, conlleva una responsabilidad a diferencia de usuarios comunes que utilizan estas tecnologías para informar. Los periodistas deben considerar que lo más importante es hacerlo con ética y responsabilidad, recordar que ante todo está el respeto hacia las personas.

Hugo Aznar en su libro, *Ética de la comunicación y nuevos retos sociales*, plantea la autorregulación como otra clave para hacer periodismo responsable, él dice que la autorregulación "nace del compromiso voluntario de los agentes que participan en el proceso de comunicación; va dirigida a complementar la libertad de los medios con un uso responsable de la misma" (Aznar 30). Por tanto al ser un compromiso voluntario, el periodista siempre pensará en las consecuencias que puede traer una redacción irresponsable.



CAPÍTULO 2: ANÁLISIS DE BLOGS DE PERIODISTAS DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE LA CIUDAD DE CUENCA

2.1 ENCUESTA SOBRE LOS CONOCIMIENTOS QUE TIENEN LOS PERIODISTAS DE LAS HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS ENFOCADO A LOS BLOGS.

Para el desarrollo de este capítulo se realizó encuestas a periodistas de medios de comunicación de la ciudad de Cuenca: Radio Ondas Azuayas, Radio Tarqui, Radio el Mercurio, Unsión Televisión, Telecuenca, Telerama, Diario el Mercurio, Diario el Tiempo y Diario la Tarde.

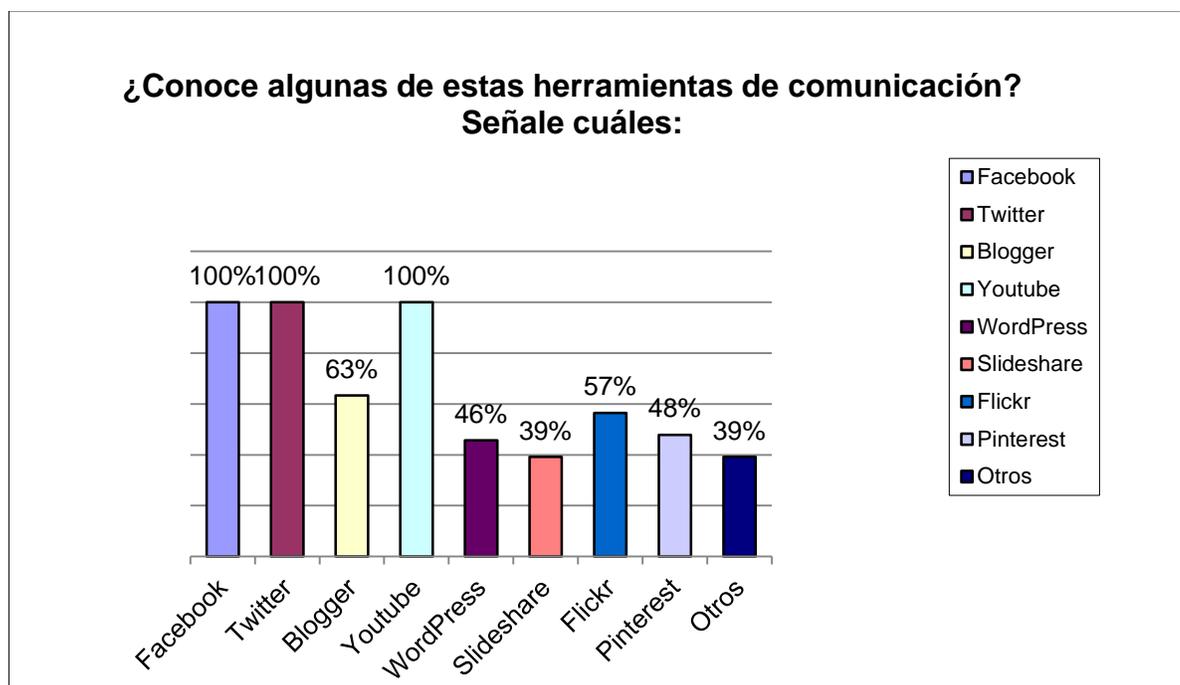
Las encuestas fueron realizadas de dos maneras: la primera, en hojas impresas entregadas a periodistas, y, la segunda a través de correos electrónicos enviados a periodistas de los medios antes citados.

Durante la búsqueda de participación de algunos periodistas se presentaron inconvenientes en cuanto a que ciertos medios de comunicación, como Telerama, no permitieron realizar la encuesta dentro de su infraestructura debido a políticas de la institución. Por tal motivo se buscó a los periodistas en redes sociales y durante las coberturas que realizaban en las calles de la ciudad de Cuenca. Por otro lado, se eliminó las encuestas incompletas, obteniendo un total de 46 encuestados que laboran en medios de comunicación de Cuenca.

El objetivo de la encuesta fue determinar si los periodistas de estos medios de comunicación hacen uso de las herramientas tecnológicas, entre ellas los blogs, para comunicar. Como resultado se obtuvo los siguientes resultados:

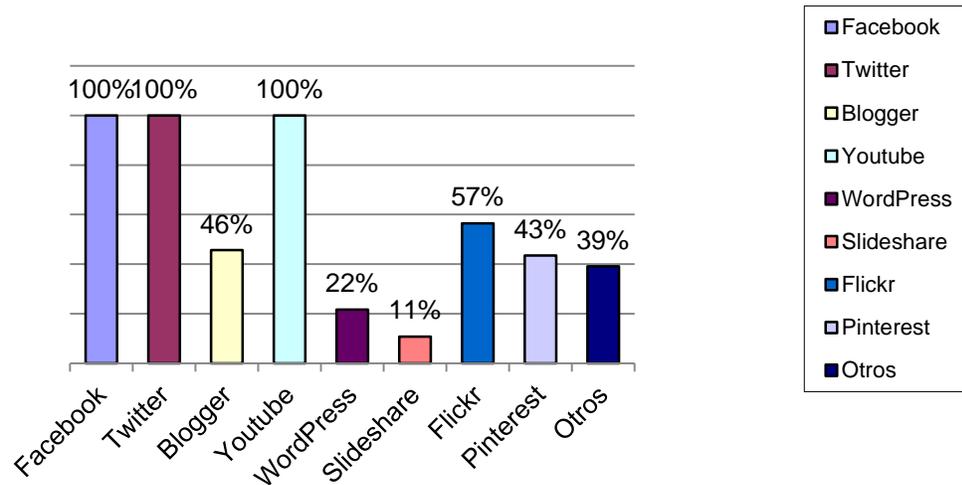


Datos: 46 encuestas que equivalen al 100%

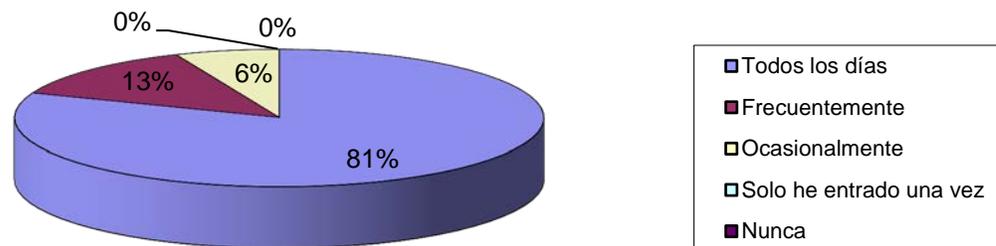




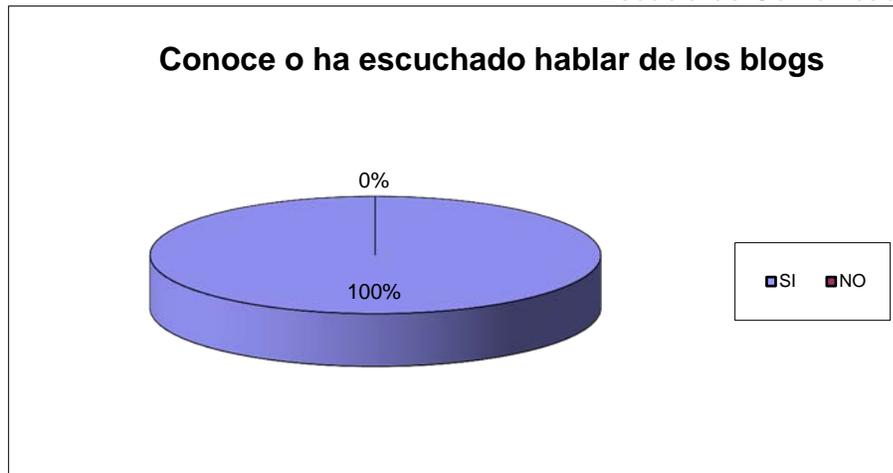
**¿Ha utilizado algunas de las siguientes herramientas?
Señale cuáles:**



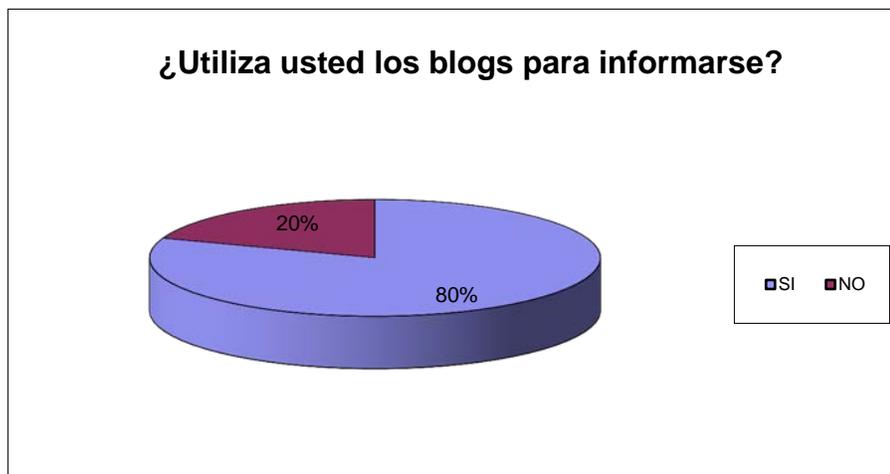
Con respecto a la pregunta anterior, ¿con qué frecuencia la utiliza? Señalar solo una.

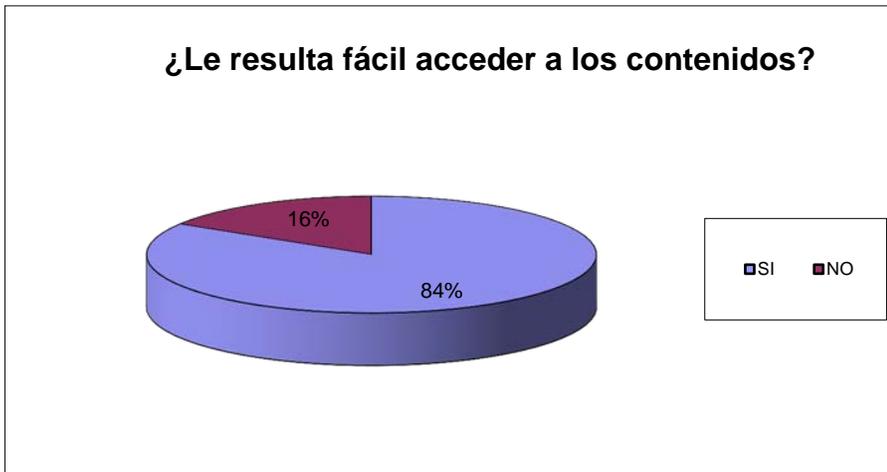
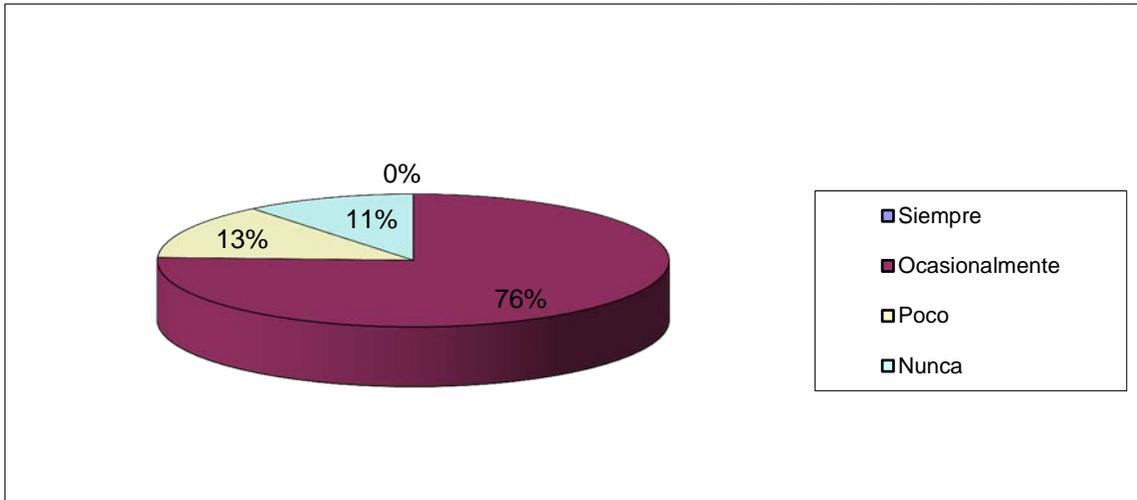


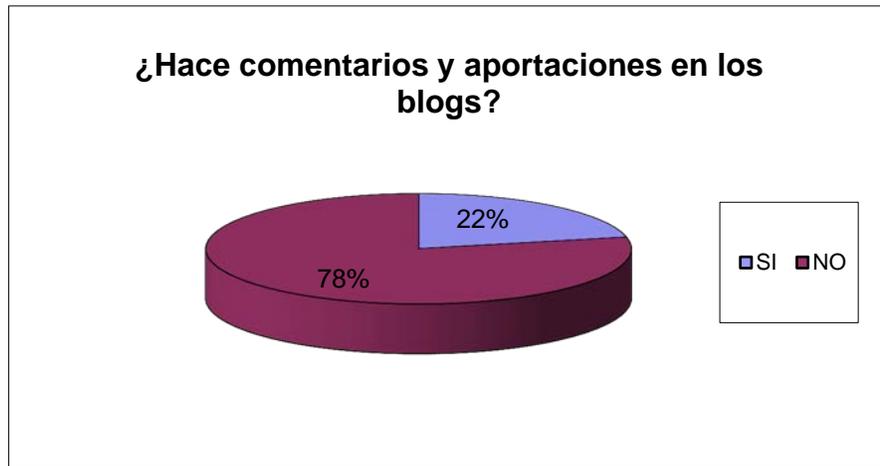
Contestar SI o NO



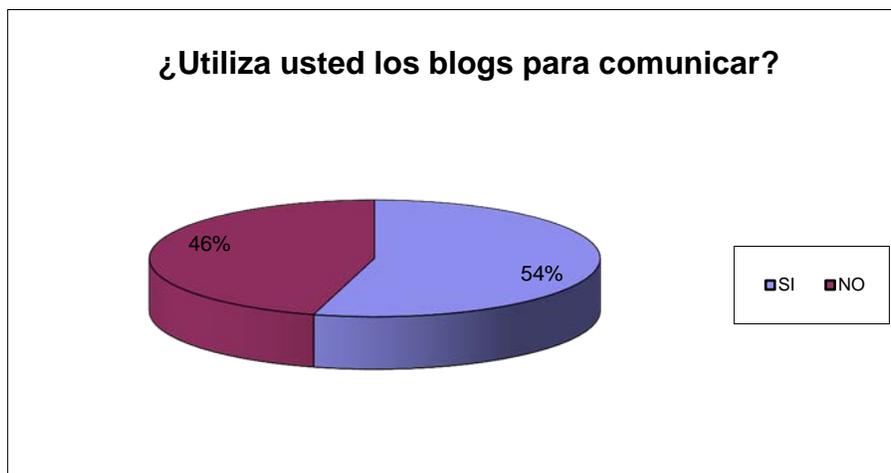
SI FUE AFIRMATIVA LA RESPUESTA:
(Primer banco de preguntas)

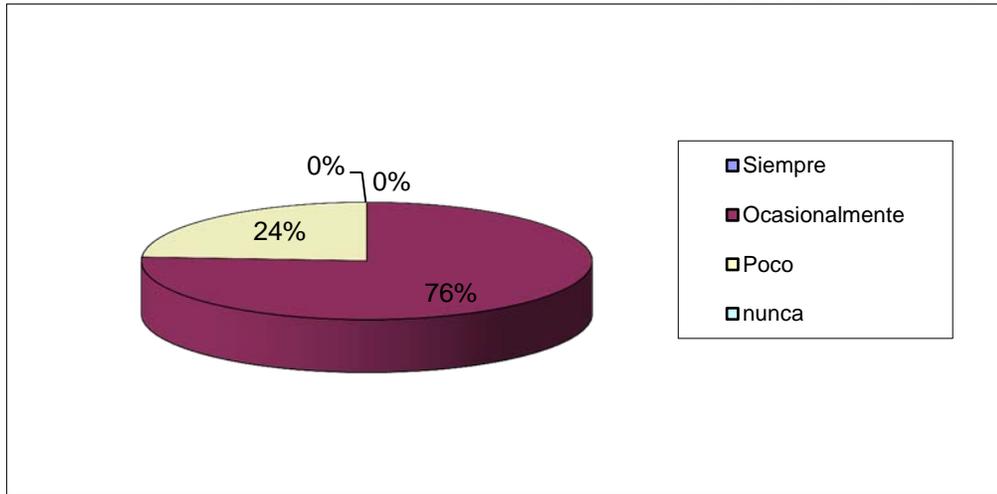




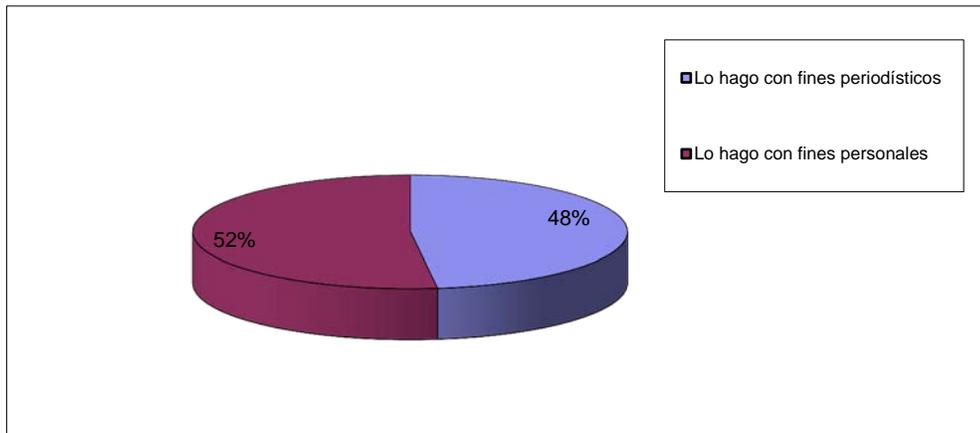


(Segundo banco de preguntas)



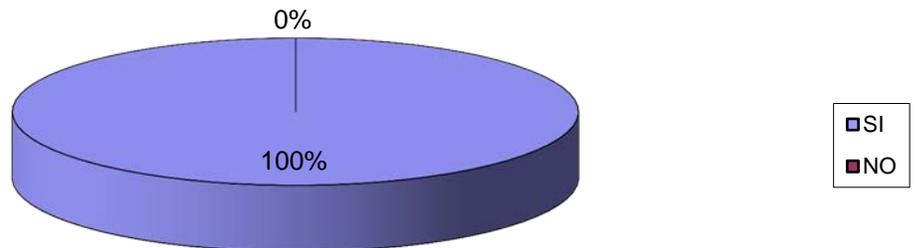


Si es así





¿Considera que los enlaces a las fuentes son importantes?



Además de preguntas cerradas para sacar el porcentaje, se agregó preguntas abiertas, de opinión, opcionales para los encuestados⁴. El objetivo de este tipo de pregunta fue conocer lo que piensan los periodistas, su punto de vista, con respecto al uso de estas herramientas como son los blogs.

2.1.1 RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS

El resultado de las encuestas muestran que todos los periodistas encuestados conocen las redes sociales, en especial, Facebook, Twitter y Youtube; sin embargo, no todos conocen los sitios como Blogger o Wordpress que son herramientas creadas para que los usuarios publiquen contenidos libremente.

De igual forma, todas las encuestas de los periodistas que colaboraron para la investigación muestran que sí utilizan las herramientas de la Web 2.0, en especial las redes sociales, pues el 81 por ciento lo utiliza siempre y el 13

⁴ Revisar el modelo de la encuesta en los anexos.



por ciento frecuentemente. Estos resultados muestran claramente que los periodistas conocen de estas herramientas.

En cuanto a los blogs todos conocen o al menos han oído hablar de ellos, pues el 100 por ciento de los encuestados han escuchado este término, sin embargo, el 80 por ciento lo usa para informarse y tan solo el 54 por ciento lo utiliza para comunicar.

La gran mayoría de los encuestados afirmaban que los diseños de los blogs son poco llamativos, y que por tiempo o respeto a los contenidos publicados no hacen aportaciones o comentarios.

Los resultados además muestran que los periodistas utilizan los blogs tanto para comunicar y con fines personales. Se evidencia que la oportunidad que brindan los blogs en el ámbito comunicativo son muy extensas. A esto le agrega la creatividad que deben tener los periodistas al momento de realizar contenidos para la web.

Por otra parte, los periodistas comentan que los blogs son una buena oportunidad para publicar información gratuita. Pero al estar al alcance de todos puede ser una desventaja por mala utilización de ciertos usuarios.

2.2 ANÁLISIS DE 5 BLOGS DE PERIODISTAS DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE LA CIUDAD DE CUENCA



	
BLOG N°1	
Nombre del blog: Cuencano en el planeta	
Autor: Jorge Piedra Cardoso	
Dirección del sitio: http://jorgepiedra.blogspot.com/	
En blogger desde 2005	31 seguidores

Este blog creado por Jorge Piedra Cardoso, periodista radial, nos presenta varios temas de opinión acerca de periodismo, rock y otras expresiones, desde la ciudad de Cuenca.

2) Cómo entender en Azuay el 5-0 de Alianza País



Muchos se preguntan ¿cómo un solo partido se lleva todos los cinco escaños de la provincia del Azuay si "solo" obtiene el 56 %? ¿Qué pasó con el 44 % restante que votó por otros? Son preguntas que merecen respuestas.

1) Las reglas del juego:

La Asamblea Nacional, con los votos de Alianza PAIS impuso el método D'Hont para la distribución de los puestos en las

Colaboradores

[Elcomercio.com](#)

[Jorge Piedra Cardoso](#)



Jorge Piedra Cardoso

Enlaces

[Radio Super 949](#)

[Radio La Voz del Tomebamba](#)

Comunicación

[Periodismo](#) [Comunicación](#) [Radio](#)

Los contenidos del blog pertenecen al autor; sin embargo, los enlaces dentro del texto para enriquecer la información es poca y en ciertos temas nula.

Tampoco existe enlaces hacia las fuentes.

Lo que sí existe son enlaces fuera del texto hacia otros sitios de internet perteneciente al autor del blog.

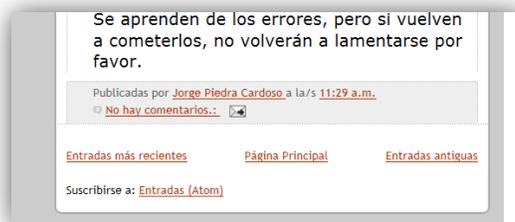
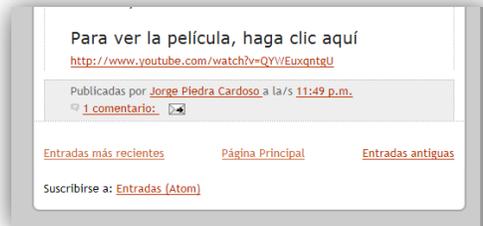
Lo importante en este blog es el enlace hacia los colaboradores, por ejemplo, hacia diario el Comercio.



The image shows a screenshot of a Blogger profile page for Jorge Piedra Cardoso. The profile includes a blue silhouette icon, a bio, and various statistics and interests.

Blogger	
Jorge Piedra Cardoso	
	Mis blogs Cuencano en el planeta
Acerca de mí	
Sexo	Hombre
Ubicación	Cuenca, Azuay, Ecuador
Introducción	Licenciado en Comunicación Social en la Universidad de Cuenca. Doctor en Jurisprudencia en la Universidad del Azuay. Profesor de la Escuela de Comunicación Social y Publicidad de la Universidad del Azuay. Director de Radio La Voz del Tomebamba de Cuenca. Director de Programas de Radio Super 949 FM de Cuenca.
Intereses	Periodismo, Radiodifusión, Cuenca, Rock.
En Blogger desde junio de 2005	
Vistas del perfil - 3596	

Dentro de la blogosfera, describir el perfil del creador de contenidos es muy importante para dar credibilidad al sitio. En este blog el autor si describe su perfil completo



Los comentarios por los visitantes y seguidores es poca o en ocasiones nula.



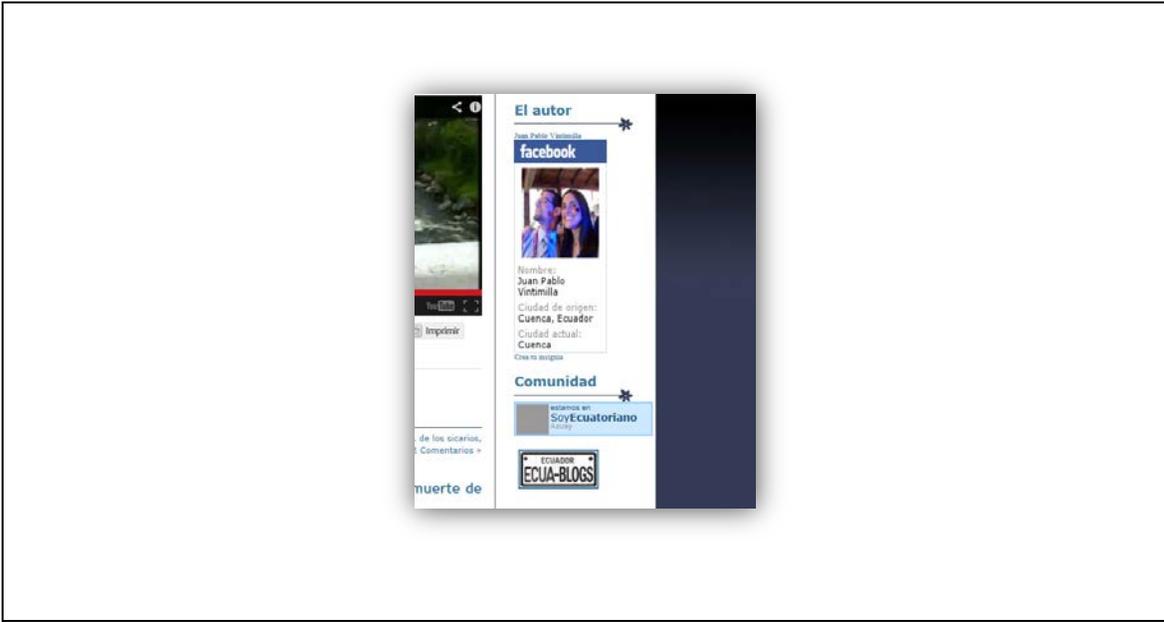
	
BLOG N°2	
Nombre del blog: Oculto por el Autor	
Autor: Juan Pablo Vintimilla	
Dirección del sitio: http://juanpablovintimilla.wordpress.com/	
Posteado desde 2010	2071 seguidores

El blog creado por Juan Pablo Vintimilla, periodista de prensa, nos presenta varios temas libres de información.



Los contenidos del blog pertenecen al autor, además posee enlaces dentro del texto a otros sitios que enriquecen la información.

Adjunta videos, imágenes con su respectivo enlace a la fuente si se lo tomó de otro sitio.



El blog muestra y proporciona un enlace al perfil del autor.



Existe interactividad, los comentarios son constates y variados.



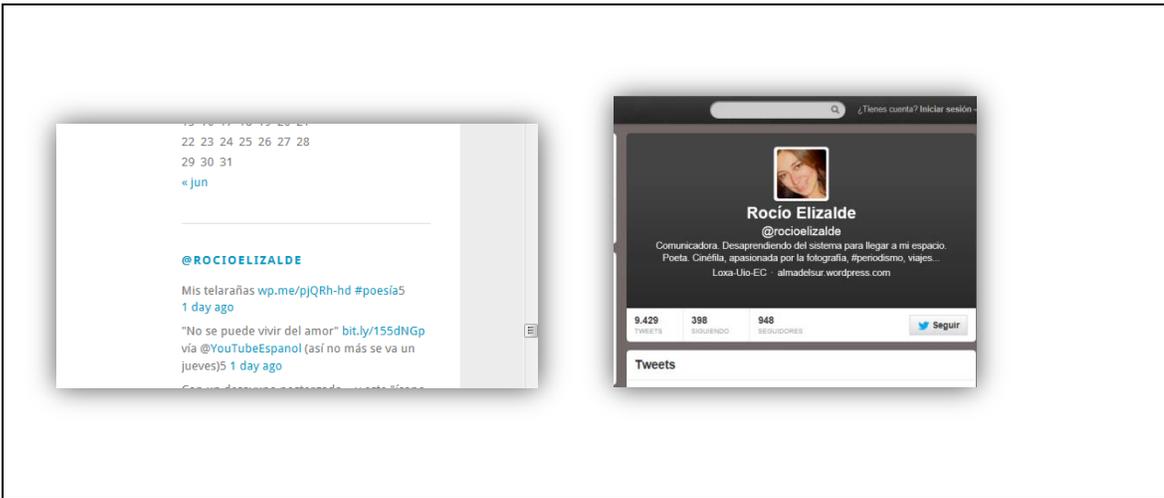
	
BLOG N°3	
Nombre del blog: Hilos de Arte y Comunicación	
Autor:	Rocío Elizalde
Dirección del sitio: http://almadelsur.wordpress.com/	
Posteando desde 2008	6 seguidores

Este blog creado por Rocío Elizalde, periodista de prensa, nos presenta varios temas elegidos por la autora de carácter un poco más personal.

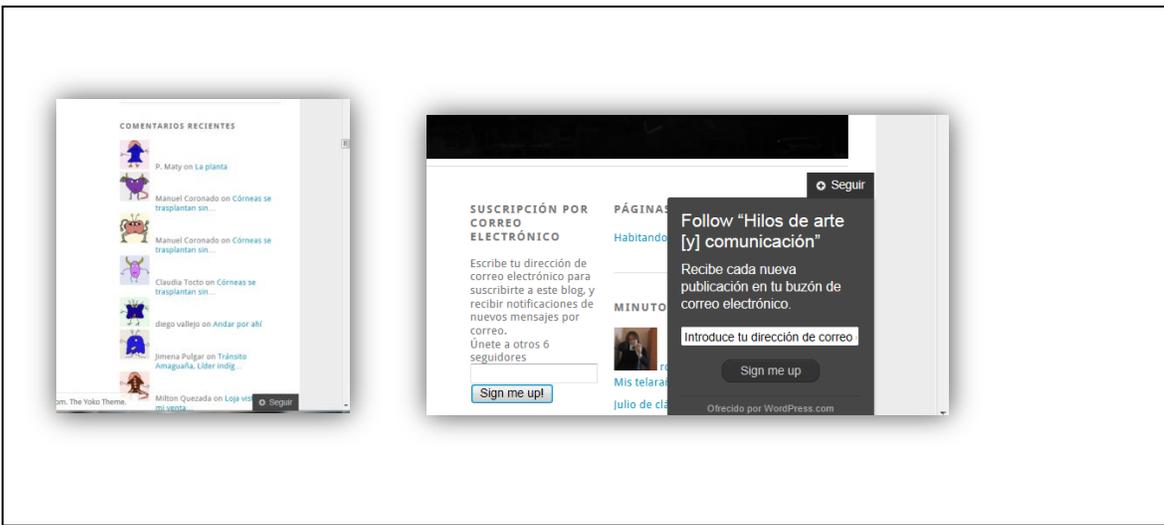


Los contenidos del blog pertenecen a la autora y a varios autores, muchos de ellos son de obras literarias adjuntando su respectivo enlace hacia las fuentes.

La autora utiliza, imágenes, videos, enlaces a otros sitios.



Dentro del blog no se describe el perfil del autor, pero sí proporciona el enlace hacia su contacto en twitter. En comparación con el blog de Juan Pablo Vintimilla quien a más de colocar un enlace hacia su contacto lo muestra en el blog.



Existen pocos comentarios y seguidores.



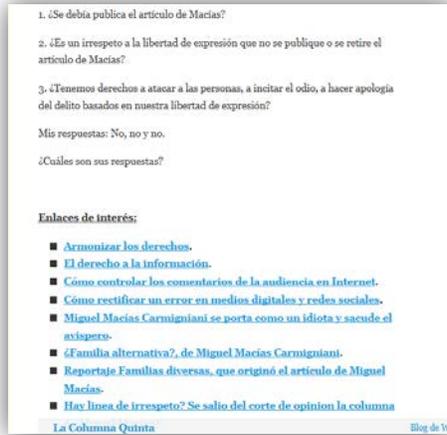
	
BLOG N°4	
Nombre del blog: La Columna Quinta	
Autor: Juan Francisco Beltrán	
Dirección del sitio: http://lacolumnaquinta.wordpress.com/	
Posteado desde 2010	2107 seguidores

Este blog creado por Juan Francisco Beltrán, nos presenta varios temas de carácter periodístico e informativo. Este blog muestra un buen trabajo de diseño y contenidos.



Los contenidos escritos son netamente informativos, para esto el autor utiliza varios recursos como imágenes, ilustraciones, audio y video.

En el texto redactado se incluye los enlaces como parte fundamental en el blog.





En el blog se describe el perfil completo del autor y se proporciona el enlace hacia su contacto en redes sociales.



Hay buena interactividad, muchos comentarios y seguidores.



BLOG N°5	
Nombre del blog: DEPORTES CON JUAN DIEGO	
Autor: Juan Diego Cornejo	
Dirección del sitio: http://deportesjuandiego.blogspot.com/	
Posteado desde 2012 sin seguidores	

Este blog creado por Juan Diego Cornejo, periodista de radio y televisión, nos presenta temas deportivos. Es un blog sencillo destinado solo a informar de vez en cuando.



Los contenidos escritos son simples, no se incluye enlaces a otros sitios.

En el blog no describe el perfil del autor pero si se proporciona el enlace a su cuenta de twitter.



No hay interactividad.

2.2.1 RESULTADOS DEL ANÁLISIS DE LOS BLOGS

Los periodistas, en su gran mayoría, sí conocen de estas herramientas, en algunos casos sus sitios de blogs son muy bien elaborados, como por ejemplo la Columna Quinta por Juan Francisco Beltrán. Algunos blogs hacen uso del hipertexto, por tal motivo los usuarios puede ampliar su investigación en otros sitios.

El blog de Juan Diego Cornejo es muy simple que carece de enlaces, su estructura se muestra reflejada por su falta de seguidores, los visitantes no hacen comentarios.

La falta de visitas y comentarios actualmente en estas bitácoras pueden explicarse debido al desarrollo de otras plataformas como el Twitter que han tomado un gran lugar en el periodismo.



Universidad de Cuenca

Facultad de Filosofía Letras y Ciencias de la Educación

Escuela de Comunicación Social

Los periodistas de los medios locales de la ciudad de Cuenca publican temas de interés, pero no todos complementan esta información con enlaces hacia otros sitios para enriquecer la información.

Los resultados también muestran que los periodistas ya no están publicando contenidos en sus blog con regularidad. Las redes sociales como el Facebook y el Twitter se han convertido para muchos periodistas en sus herramientas de información, posiblemente por la sencillez y facilidad de uso. Los blogs en cambio necesitan un poco más de tratamiento, aunque su interfaz no sea tan llamativa, algunos blogs muestran que con un correcta redacción, enriquecida con videos, fotografías, enlaces, aún acaparan el interés e interactividad entre los usuarios, como ejemplo el blog de Juan Pablo Vintimilla que tiene 2071 seguidores.



CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones:

- En este estudio se muestra que algunos de los periodistas de medios de comunicación de la ciudad de Cuenca conocen y utilizan las herramientas de Internet.
- Tal es el ejemplo de dos blogs escogidos para realizar este estudio: los blogs de Juan Pablo Vintimilla y de Juan Francisco Beltrán muestran una buena estructura y un buen manejo de estas herramientas, pues incorporan imágenes, videos, audio, al texto redactado en sus blogs con sus respectivos enlaces hacia las fuentes de donde tomaron estos complementos, en el caso de que se los haya utilizado. Además con el objetivo de ampliar la investigación adjuntan enlaces hacia otras páginas, permitiendo al usuario ampliar su investigación.
- Otra tipo de blog como el creado por Rocío Elizalde "Hilos de Arte y Comunicación" muestran que periodistas utilizan estos sitios para publicar contenidos de tipo más personal y que sus temas variados pueden atraer visitantes que comparten los mismos gustos sobre un tema expuesto.
- Si bien algunos periodistas y comunicadores son cada día más eficientes, otros están descuidando sus espacios en Internet, como ejemplo, el blog de Juan Diego Cornejo quien expone un tema que atrae mucho, los deportes, pero, sin embargo, la falta de constancia al publicar contenidos ha hecho que su blog quede en el olvido.



- Otros periodistas utilizan en su blog un enlace a su perfil y otros los describen en su blog -trayectoria, trabajo y colaboración en medios tradicionales- con el objetivo de llegar a dar más credibilidad y confianza a sus usuarios. El blog de Jorge Piedra "Cuencano en el planeta" muestra que más allá de lo gráfico y de cómo hacer enlaces a otros sitios, la trayectoria como periodista reconocido atrae a usuarios a su sitio en la Internet.
- No todos los periodistas ha seguido cursos de actualización, otros han optado por autoformarse con materiales que se encuentran en Internet y han fortalecido sus conocimientos con el fin de ser más eficaces a la hora de informar. Estos últimos son quienes construyen su información con hipertextos y elementos multimedia, permitiendo una interactividad en la red.



Recomendaciones:

- Si bien es cierto que las nuevas herramientas tecnológicas causaron una revolución en la comunicación, también en ciertos casos se los ha utilizado de mala manera, por tal motivo ampliar conocimientos en la ética y regulación al momento de informar lograría que los contenidos sean más productivos.
- No todos los periodistas poseen conocimientos suficientes con respecto a las nuevas tecnologías, en especial quienes ejercen sus oficios desde hace tiempo y por ende han estudiado varios años atrás el periodismo tradicional. Ofrecerles actualizaciones y conocimientos básicos en comunicación digital y periodismo on-line les ayudará a comprender mucho mejor de cómo se pueden convertir las tecnologías en herramientas para informar.
- Las nuevas generaciones de periodistas son más ágiles con respecto al uso de estas herramientas; sin embargo, no se debe descuidar la redacción, puesto que muchas maneras de informar en plataformas virtuales han hecho que la información sea más corta, descuidando la redacción y la ortografía, es decir tener presente que la escritura es la herramienta más importante del periodista en cualquier soporte.



Universidad de Cuenca
Facultad de Filosofía Letras y Ciencias de la Educación
Escuela de Comunicación Social

ANEXOS:



Encuesta

¿Es usted un periodista o comunicador social que labora en un medio de comunicación?

¿Conoce algunas de estas herramientas de comunicación? **Señalar cuáles.**

Facebook _____

Twitter _____

Blogger _____

Youtube _____

WordPress _____

Slideshare _____

Flickr _____

Pinterest _____

Otro _____

¿Ha utilizado alguna de las siguientes herramientas? **Señalar cuáles.**

Facebook _____

Twitter _____

Blogger _____

Youtube _____

WordPress _____

Slideshare _____

Flickr _____

Pinterest _____

Otro _____

Con respecto a la pregunta anterior, con qué frecuencia lo utiliza. **Señalar solo una.**

Todos los días _____ Frecuentemente _____ Ocasionalmente _____

Sólo he entrado una vez _____ Nunca _____



Contestar Si o NO

Conoce o ha escuchado hablar de los blogs ____

Si así es:

¿Utiliza usted los blogs para informarse? ____ (De ser NO pase al siguiente banco de preguntas)	Siempre__ Ocasionalmente__ Poco__ Nunca__
--	---

Le resulta fácil acceder a los contenidos. ____
Indique el porqué.

Le gustan los diseños de los blogs. ____

En caso de ser negativa su respuesta indique el por qué.

Hace usted comentarios y aportaciones en los blogs. ____
Indique el porqué.

¿Utiliza usted los blogs para comunicar? ____	Siempre__ Ocasionalmente__ Poco__ Nunca__
---	---

De ser NO, fin de la encuesta

Si es así:

Lo hago con fines periodísticos ____ Considera que los enlaces a las fuentes son importantes.
Si__ No__

Lo hago con fines personales ____

¿Cuáles serían según su experiencia como comunicador social o periodista las ventajas y desventajas del uso de los blogs? (Opcional).

Gracias por su colaboración.



BIBLIOGRAFÍA

Aznar, Hugo. *Ética de la comunicación y nuevos retos sociales. Códigos y recomendaciones para los medios*. PAIDÓS, Madrid, 2005.

Briggs, Mark. *Periodismo 2.0 Una guía de alfabetización digital para sobrevivir y prosperar en la era de la información*. Centro Knight para Periodismo en las Américas. Universidad de Texas en Austin, 2007.

Camus, Juan Carlos. *Tienes cinco segundos. Contenidos digitales*. Creative Commons, Chile, s.f.

Acceso: 17 de junio de 2013

Internet: www.tienes5segundos.cl

clasesdeperiodismo.com. *Pauta para periodistas: "Nunca, bajo ninguna circunstancia, emitas tu opinión en las redes"*, 2013.

Acceso: 17 de junio de 2013

internet: <<http://www.clasesdeperiodismo.com/2013/02/15/pauta-para-periodistas-nunca-bajo-ninguna-circunstancia-emitas-tu-opinion-en-las-redes/>>.

Cobo Romaní, Cristóbal y Hugo Pardo Kuklinski. *Planeta Web 2.0. Inteligencia colectiva o medios fast food*. Grup de Recerca d'Interaccions Digitals, México, 2007.

Díaz Noci, Javier y Ramón Salaverría Aliaga. *Manual de Redacción Ciberperiodística*. Ariel S. A. Barcelona, 2003.

Estalella, Adolfo. *La blogosfera hispana: pioneros de la cultura digital*. Fundación france telecom, España, s.f.

Acceso: 21 de junio de 2013

Internet:<http://books.google.com.ec/books>

Franco, Guillermo. *CÓMO ESCRIBIR PARA LA WEB. Bases para la discusión y construcción de manuales de redacción online*. Iniciativa del Centro



Universidad de Cuenca

Facultad de Filosofía Letras y Ciencias de la Educación

Escuela de Comunicación Social

Knight para Periodismo en las Américas, de la Universidad de Texas en Austin, 2008.

Katz, Jorge y Martin Hilbert. *Los caminos hacia una sociedad de la información en América Latina y el Caribe*. Naciones Unidas; CEPAL, Santiago de Chile, 2003.